

# 一个全球最著名的电子消费产品展,如今挤满了中国人 中国创业公司 CEO 去 CES 找什么

这两天,济南的一家创业公司非创不可创始人赵龙看到,朋友圈里的3000好友,三分之一都在关注CES,还有100多人是在前往洛杉矶的航班上,到拉斯韦加斯参加CES展的。

赵龙是做内容创业的,他的朋友圈里大多是科技公司或者创业公司的CEO。这一次,赵龙是应斯坦福大学一位教授之约,到斯坦福分享中国的内容创业。这期间,他也准备到CES去看看。那么,CES究竟是一个什么样的展会,让这么多中国创业公司趋之若鹜?

本报记者 蔡宇丹

## 贾跃亭首秀CES,FF要对标特斯拉

CES是全球电子消费产品盛宴,用主办方CFA(美国电子消费品制造商协会)的话说,“CES是世界突破性创新之源”。CES展50年历史上,彩电、DVD、大哥大这样的产品最初都在CES上亮相。

“对于中国企业来说,CES是塑造国际化形象的好机会。”海尔690平台有关负责人对齐鲁晚报记者说。今年是海尔第12次参加CES展,每年海尔会有二三百人参加CES。

芯片厂商和汽车厂商是历年CES上的看点。今年汽车厂商除了德系和日系外,又多了一个“新物种”——来自于Faraday Future(简称FF)的互联网汽车FF91。FF成立于2014年4月,这家位于加州的电动汽车公司是由贾跃亭投资的。

小米和乐视今年在CES上首秀肌肉。在国内一些专业论坛上,发烧友笃定因为专利问题小米手机不会亮相美国,小米的“敲门砖”就是新款小米智能电视。

CES开幕前一天,贾跃亭飙着腔调并不纯正的英语在拉斯韦加斯举行了FF91发布会,“我愿意把我生命全部交给我的梦想。”贾跃亭说。

这种表达方式很符合CES口味。CES是梦想家与冒险家一战成名的地方。《乔布斯传》里提到,当年,乔布斯就是将苹果电脑拿到CES上获得认可,才诞生了苹果公司。正在风口浪尖的贾跃亭也急需通过FF91证明自己。

从现场播放的视频看,FF91跑得比法拉利,特斯拉都快,一次充电可跑700公里,但公众更关心的是它何时量产。在发布会上,FF方面透露FF91现已接受预订,将在2018年交车。FF91的外观亮瞎人眼,但还是堵不住质疑的嘴。公众疑虑的是,一款新车型从研发到量产,这个时间相当漫长。而FF在2014年成



今年的CES上,小米和乐视首秀肌肉。开幕前一天,贾跃亭在拉斯韦加斯举行了FF91发布会,CES是梦想家与冒险家一战成名的地方,与贾跃亭的气质很搭调。(图片来自微信公号贾跃亭)

立,2017年就能做到量产,这个时间未免太短了点。

这场在乐视APP上直播的发布会累计259万人在线观看,贾跃亭拿出了一辆实打实的电动汽车,FF和FF91收获了影响力,齐鲁晚报记者注意到,包括CNN、卫报都报道了这家对标特斯拉的企业,但在CES的常客海尔看来,“对海外用户来说还比较陌生,据说只有6%的美国人能认出一个中国品牌。在这样一个集结了全球科技发烧友和科技巨头的大舞台,秀出自己的品牌实力无疑会增加曝光率。”海尔690平台负责人对齐鲁晚报记者说。不过,增加了国际曝光率的同时,如何才能真正走向国外消费者生活,这是中国企业应该思索的主要问题。

## 海尔秀声控厨房,大厂商要的是引领行业

1967年第一届CES展览上,摩托罗拉晶体管彩色电视崭露头角,彩色电视机带来了新的娱乐,流行文化走进千家万户。现在是3D打印、自动驾驶、健康医疗产品。今年CES展上又看什么呢?

“各种人工智能终端产品、VR,是本次CES重头戏。”海尔690平台有关负责人对齐鲁晚报记者说,在家电领域,是从大家电到厨房电器的黑科技集中引爆期。智能家居是物联网最具市场潜力的领域之一,去年海尔在CES上展示的也是智能家居。小到门铃、灯泡,大到冰箱、洗衣机,越来越多的家居设备开始物联网化,wifi连接和手机APP操控成了标配。

此次参展,海尔方面把它定义为“海尔整体智慧家庭战略出口美国”,厨房、客厅、浴室可以通过手机、冰箱、电视、Ubot多人入口操作,冰箱会根据用户喜好自动推荐菜谱;做饭时可以从冰箱屏上看电视;衣服洗完,电视上自动弹出提示信息。

语音控制是人工智能的一大应用,可以语音操控的

不光是谷歌汽车,AI也可以充满人间烟火气。海尔这次“秀”的是声控智能厨房,包括烤箱、灶具、冰箱、洗碗机、壁式烤炉、微波炉等,通过语音交流就可完成所有操作。

在CES上,能看到很多这种基于AI开发的消费级产品。你如何让机器能清楚地听见人们说话的声音并正确领悟其中意思?这些小玩意同样面临音频工程和机器学习两方面挑战。包括科大讯飞、联想都推出了智能音箱这样的AI产品,但在CES这样的地方到底能刷出多少存在感?中国厂商面临的是亚马逊这样的竞争对手。

“海尔这样的厂商参加,更多是一种占位。”家电业内人士对齐鲁晚报记者说,大厂除了展示品牌和实力外,消费类电子产品该往哪个方向走?各大品牌都会在CES上争相引领行业趋势。

来看看海信今年在CES上秀出的宝贝:全球首台双色4K激光电视、第一款65寸8K量子点ULED电视、医用移动护士站、中国首款墨水屏双屏手机……这是海信在展示未来3-5年的路径:激光和QLED。而郭台铭则为8K显示屏投下重注。2016年最后一天,郭台铭宣布要在广州投资610亿建设大屏幕8K超精细影像液晶显示屏。他表示,鸿海未来产业点选中8K显示器,这是鸿海产业转型的重要一步。

赵龙曾在海尔工作过。那个时候,海尔就在全球寻找让冰箱认识自己装的食物图像识别和定位识别的技术,“这些技术在中国没有太多人研究,但也许在以色列就有感兴趣的人在研究,海尔有足够经济实力,它会在全球去寻找这些技术。”赵龙说。

## 寻找买家和合作伙伴

“CES就是这样一个舞台。”赵龙说,科技类创业公司在CES上可能只有很小一个展位,但它发布的产品可能是全球最先进的,比如某项无人机技术的核心关键

部位,或者机器人的轮毂转斗。赵龙在济南看到一些公司在做机器人操作系统,这类公司在深圳、北京有很多,他们愿意到CES上寻找那些会使用他们技术的公司。这些创业公司并不擅长开发市场,而一些大中型公司恰恰需要他们的技术,“这就是我的朋友圈里为什么会有上百人在CES上,他们是这类科技公司的CEO,他们希望在CES上给自己的技术找到更多合作伙伴。”赵龙说。

非创不可现在投资了一个在线幼儿教育项目“博士天团”,赵龙想在CES上找一款适合小朋友戴的VR眼镜。“这种东西,你只有在CES上可能会发现。每个人在逛CES时都会抱着希望,我是不是能够找到一种适合我的商业模式的好的产品或技术。我有场景,有用户,有商业模式,有团队,我要找到能够跟我合作的人。”赵龙说,很多创业公司的CEO都在这么想。

邀请赵龙赴美的斯坦福教授是专门研究创业的,这次也会也在CES展上露面。赵龙说,斯坦福很多有名的教授是特斯拉、谷歌的董事。这是斯坦福的一大特色,教授们的研究和产业结合得非常紧。

“CES会营造出一个生态环境,让全球的大公司和小公司凑在一起。”赵龙说,这就像一个大型Party,不管是斯坦福大学的教授,还是科技公司CEO,以及寻找潜在合作伙伴的人,都会来参加。他们愿意尝试领先的生活方式,怀着“我要引领全球”的梦想,吸引全球同一波类型的人聚在这里。

## CES鼓励实实在在的前瞻创新精神

北京零零无限科技有限公司创始人王孟秋这次是带着“小黑侠”无人机首秀CES的。“小黑侠”获得CES 2017无人机与无人系统类创新大奖,是受邀参加今年CES展的。

(下转B03版)

怎么把年轻人从海底捞拉到自家来?

这家火锅品牌

把懒人经济做到家了

本报记者 张亚楠

火锅市场早已是一片翻滚的红海,一家新的火锅品牌如何从海底捞、小天鹅、小肥羊这些全国连锁大牌的包围中撕开一条口子?这家新兴的火锅品牌或许能给我们一些启发。

这家叫草缘食尚的火锅品牌开始是做火锅调料起家,2013年的时候它瞄准了家庭涮烤一站式消费的市场。从济南市场出发,直到山东、河北、河南、山西、上海,目前进入了近700家超市和社区便利店。

什么是家庭涮烤一站式消费?从货柜可以一目了然。草缘食尚主要采用店中店的销售模式。你进入一家社区便利店,会看到一座货架、冰柜上下组合的绿色货架。牛羊肉、鱼丸、鸭血、小水饺、豆油皮等冻品盛放在冰柜里,上方的货架上挂着各种底料、蘸料,还有炭锅、油锅、夹子等器具。

草缘食尚联合创始人戴小雅说,草缘食尚和超市进行销售额分成。货品进超市,超市要付现款,货柜要付押金,当超市的采购数额到了一定规模,押金会返还给超市。目前济南已经有40多家社区超市购进了草缘食尚的一站式家庭涮烤货柜。事实上,大多数商品进入连锁超市都是先卖货再跟供货商结账的模式,结账周期一般在一个月以上。

在济南有90家连锁店的陶鲁超市是草缘食尚合作方。一开始,陶鲁超市创始人杨文生对这种新模式并不太感兴趣,而现在草缘食尚进驻了陶鲁超市旗下一半多的超市,其中不少是一站式家庭涮烤货柜的模式。杨文生告诉齐鲁晚报记者,有的店面冰柜比较多,空间不够大,就没有采用一站式货柜,而是将草缘食尚的产品和同类火锅产品混放在冰柜里。这种模式,超市的销售分成会比一站式采购稍低。

杨文生之所以对一站式涮烤的模式由不感冒到接受,除了亲身了解了食材质量之外,还因为感觉到这种模式和服务特别符合现在消费者“越来越懒”的消费趋势。

从肉、菜各类食材到底料、蘸料,再到电烤炉到炭锅、油锅、燃料,在一站式货柜都有提供。新客户去挑也一般用不了20分钟,老客户只需要五六分钟,而一项项去挑食材、挑调料所花的时间要多得多。考虑到现在的年轻人可能家里锅具不全,草缘食尚办过免费用锅活动。消费者交上押金,就可以把涮锅连同食材一并带回家,回头再来交锅退押金。套餐里附带的蘸料碟等一次性餐具更是让消费者连刷碗的力气都省了。

事实上,针对现在年轻人求方便的心理,陶鲁超市一直进行各种微创新。比如店内扫二维码送到家的服务,和与OTO平台进行外卖合作。而草缘食尚的一站式家庭涮锅正好与陶鲁超市的创新方向不谋而合。

杨文生发现,草缘食尚的一站式家庭涮锅在一些高档社区附近的连锁店销售得更好,购买者以年轻人居多。

草缘食尚创始人谷承远介绍,家庭聚会是草缘食尚开发的主要使用场景,但除了家庭小聚,看望父母、朋友聚会、机关单位聚餐等团体活动、送礼等也是草缘食尚的适用场景。

现在年轻人回家跟父母聚会,往往是父母费很大劲准备一桌子菜,小两口忙完回到家,菜都凉了,父母得去厨房热菜。一桌子菜吃不了几口,两人就走了。老人又得收拾锅碗瓢盆,说不定剩菜还得塞满冰箱吃上两天。很多年轻人不愿意让父母费事,可是带父母去外面吃在老人那里又成了乱花钱,所以,带一桌子火锅回家吃,吃完不用洗碗,装袋出门扔垃圾是个不错的选择。

旅游野餐也被草缘食尚规划为火锅使用场景。为此,草缘食尚开发了包括各类食材、一次性餐具、炉子、燃料油、保温袋的168元套餐。一包拎出去,三四个人一顿热乎乎的火锅就解决了。又想节省时间,又想吃火锅,又不想费事,又想吃火锅,又想出门玩,又想吃火锅;喜欢火锅的年轻人的心理被琢磨透了,火锅这个产品的使用场景也被从餐饮店扩展了出去。